

PRETEXTO

Publicação Trimestral da
FACE/FUMEC

ISSN 1517-672 X (Revista impressa)

VOLUME XI | N 3 | JUL / SET | 2010

ISSN 1984-6983 (Revista online)



FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA
FUMEC



Presidente:

Prof. Air Rabelo

UNIVERSIDADE FUMEC

Reitor:

Prof. Antônio Tomé Loures

Vice-reitora:

Profa. Maria da Conceição Rocha

Pró-reitor de Ensino, Pesquisa e Extensão:

Prof. Eduardo Martins de Lima

Pró-reitor de Planejamento e Administração:

Prof. Roberto Uchôa Costa

FACE – FUMEC

Diretor Geral:

Prof. Ricardo José Vaz Tolentino

Diretor de Ensino:

Prof. Marco Túlio de Freitas

Diretor Administrativo-Financeiro:

Prof. Emiliano Vital de Souza

FICHA TÉCNICA

Revisão | Prof. Dr. Luiz Cláudio Vieira de Oliveira

Endereço para correspondência

FACE-FUMEC - R. Cobre, 200 | Cruzeiro | 30310-190

Belo Horizonte-MG

Site | www.fumec.br

Email | pretexto@fumec.br

REVISTA PRETEXTO

Editores: Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Luiz Cláudio Vieira de Oliveira

Prof. Dr. José Marcos Carvalho de Mesquita

CONSELHO EDITORIAL

Prof. Dr. Carlos Alberto Gonçalves | Universidade Fumec

Prof. Dr. José Edson Lara | Universidade Federal de Minas Gerais

Prof. Dr. Ricardo Teixeira Veiga | Universidade Federal de Minas Gerais

Profa. Dra. Suzana Braga Rodrigues | Universidade Fumec

Prof. Dr. Luiz Marcelo Antonialli | Universidade Federal de Lavras

Prof. Dr. Luiz Antônio Antunes Teixeira | Universidade Fumec

Prof. Dr. Gustavo Quiroga Souki | Universidade Fumec

Prof. Dr. Marcelo Bronzo | Universidade Federal de Minas Gerais

Profa. Dra. Zélia Miranda Kilimnik | Universidade Fumec

Prof. Dr. Jersone Tasso Moreira | Universidade Fumec

Prof. Dr. Daniel Jardim Pardini | Universidade Fumec

Prof. Dr. John Child | Universidade Fumec

MISSÃO

A Revista Pretexto, publicada trimestralmente, é uma iniciativa da FACE-FUMEC com a finalidade de publicar e disseminar pesquisas empíricas e ensaios, já finalizados ou em fase de finalização, de modo a disseminar conhecimento. Também visa a criar um debate e a contribuir para a formação de gestores e para seu desenvolvimento.

PRETEXTO, v. XI, n. 3, 2010- _ Belo Horizonte

Face-Fumec, 2010

v; ilust. 21x28 cm

Trimestral

ISSN 1517-672x

1. Administração - Periódicos. 2. Informática - Periódicos. 3. Contabilidade - Periódicos. I Face-Fumec, ed.

SUMÁRIO

EDITORIAL 7

CARDÁPIO DOS TEMPOS E ESPAÇOS DE
UM BISTRÔ 9 Letícia Dias Fantinel; Neusa Rolita Cavedon

FERRAMENTAS GERENCIAIS À LUZ DO
DESEMPENHO ORGANIZACIONAL 34 Sabrina do Nascimento, Sandro César Bortoluzzi, Ana Lúcia Lima Coelho, Christiano Coelho, Sandra Rolim Ensslin

FATORES DETERMINANTES PARA A
CONFIGURAÇÃO DA CADEIA REVERSA DE
EMBALAGENS DE AÇO PARA BEBIDAS 58 José Carlos Lazaro Silva Filho, Mônica Cavalcanti Sá Abreu, Daniel Carneiro Lima

Discurso do Discente de administração
SOBRE UNIVERSIDADE, CURSO,
ADMINISTRAÇÃO E administrador 81 Ana Cristina Batista-dos-Santos, Emanuely Alves Pelogio, Mauro Lemuel Alexandre, Monique Fonseca Cardoso, Yákara Vasconcelos Pereira Leite

VAREJO ESTRATÉGICO: O PAPEL DA
COMUNICAÇÃO INTEGRADA 102 Oberdan Teles da Silva, Cristiano Fasoli, Tiago Zardin Patias, Maria Emília Camargo

EDITORIAL

Caros leitores

Com o objetivo de desvendar aspectos da cultura organizacional de um restaurante, compreendendo sua dimensão simbólica através de representações de espaço e tempo, Letícia Dias Fantinel e Neusa Rolita Cavedon utilizaram aportes teóricos da Antropologia e outras Ciências Humanas. O método etnográfico foi utilizado na identificação das representações que circulam no espaço do restaurante. Foram identificadas as representações de tempo e espaço elaboradas por funcionários, clientes e administradores da organização, e desvendadas as homogeneidades e heterogeneidades da cultura organizacional presente na empresa, sob a perspectiva das representações encontradas. Os resultados evidenciaram as heterogeneidades e homogeneidades presentes no espaço, sendo possível, através de tais dados, relacionar o Bistrô ao conceito de não-lugar.

O segundo artigo, de autoria de Sabrina do Nascimento, Sandro César Bortoluzzi, Ana Lúcia Lima Coelho, Christiano Coelho e Sandra Rolim Ensslin, buscou analisar o conteúdo dos artigos científicos, segundo as ferramentas gerenciais – propostas e/ou aplicadas, que abordam a avaliação do desempenho organizacional, publicados em periódicos nacionais no período de

2000 a 2008, sendo a amostra composta por 265 artigos científicos que abordam a avaliação de desempenho organizacional. Na metodologia, optou-se pela pesquisa descritiva realizada por meio de um estudo bibliométrico, análise documental, com abordagem quantitativa e qualitativa dos dados. Os autores concluíram que: (i) a ferramenta *Data Envelopment Analysis (DEA)* é a mais utilizada em estudos de caso, seguida pelo *Balanced Scorecard (BSC)* (ii) gestão, econômico-financeiro e recursos humanos são os principais enfoques dos trabalhos estudados; (iii) as principais abordagens utilizadas são multicritérios; (iv) a maioria dos artigos não apresentam conceito de avaliação de desempenho; (v) aproximadamente metade dos artigos apresentam divergência entre o objetivo da avaliação e a ferramenta escolhida.

José Carlos Lazaro Silva Filho, Mônica Cavalcanti Sá Abreu e Daniel Carneiro Lima são os autores do terceiro trabalho, que identifica e analisa a formação da cadeia reversa de embalagens de aço para bebidas. Utilizando o modelo de Delmas e Toffel (2004) para a identificação e configuração das pressões institucionais das partes interessadas e suas influências nas práticas de gestão ambiental, foram entrevistadas as empresas chaves participantes da cadeia, que incluem a fabricante de embalagens de aço, a empresa envasadora de bebidas e a recicladora das embalagens de aço, usando uma abordagem qualitativa. Como resultado,

o trabalho apresenta o desenho da cadeia direta e reversa da embalagem de aço e as pressões dos *stakeholders* nas estratégias ambientais das empresas entrevistadas.

Ana Cristina Batista-dos-Santos, Emanuely Alves Pelogio, Mauro Lemuel Alexandre, Monique Fonseca Cardoso e Yákara Vasconcelos Pereira Leite, desenvolveram pesquisa com o objetivo de compreender as representações de universidade, curso, Administração e administrador, de graduandos em Administração – iniciantes e concluintes – de duas universidades públicas federais de um estado do nordeste brasileiro. Dentre os resultados, destacam-se algumas dimensões. Quanto à universidade, as mais recorrentes são: inserção no mercado, crescimento, gratuidade, status, independência, entre outras. Sobre o curso de Administração, fala-se sobre vocação, conveniência, curso generalista, curso complementar, curso substituto e, ainda, curso voltado para a prática. No tocante às representações de Administração, predominam: ciência, arte, mediação, pragmatismo, senso comum e adiamento. Sobre o administrador, há um silêncio discursivo, emergindo em seu lugar: o professor, o empreendedor e o servidor público. Os resultados autorizam afirmar que ainda é necessário refletir sobre a natureza e o papel da Administração na sociedade.

No último artigo desta edição, Oberdan Teles da Silva, Cristiano Fasoli, Tiago Zardin Patias e Maria Emília Camargo verificaram como uma rede de

lojas com sede do nordeste do Rio Grande do Sul pode ampliar suas estratégias de comunicação, com a identificação das expectativas dos clientes e posterior redefinição das estratégias. Evidenciou-se que os clientes valorizam na propaganda a criatividade, objetividade e clareza. Na venda pessoal, a confiabilidade, a simpatia, as informações sobre produto e pagamento são indicadores de valor no processo de comunicação. Em termos de promoção de vendas os clientes valorizam as condições de pagamento e incentivos da loja. Já no *merchandising* os clientes demandam funcionários uniformizados, limpeza, iluminação e exposição de produtos e preços. Entretanto, revelaram-se aspectos negativos que fazem parte do composto comunicacional como a exigência de encarte com maior quantidade de páginas e produtos. O estudo apontou ainda a necessidade de realizações de promoções de venda com dias coincidentes ao recebimento de salários, atendimento especial e descontos nas compras à vista.

Façam uma boa leitura,

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Luiz Cláudio Veira de Oliveira

Prof. Dr. José Marcos Carvalho de Mesquita

Universidade FUMEC